Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Институт бизнеса и делового администрирования

Факультет международного бизнеса и делового администрирования

УТВЕРЖДЕНА

решением Ученого совета ИБДА

Протокол от «08» сентября 2016 г.

№ 4

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ФТД.В.02 Управление сбытом

38.03.02 Менеджмент

Международный менеджмент

Бакалавр

Очная форма обучения

Год набора – 2017

Москва, 2016

Автор–составитель:

Мурзаев Аркадий Николаевич

Заведующий кафедрой менеджмента
д.э.н., профессор А.Л. Гапоненко

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы……..4

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы……..4

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины…….5

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине…….7

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины……8

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине……9

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)……..…..10

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина **ФТД.В.02 «Управление сбытом»** дополняет овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-9	Способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентно среды отрасли	ПК-9.3	Формирование способности анализировать поведение потребителей и оказывать влияние на общественное мнение целевых аудиторий. Изучение механизмов удовлетворения спроса путем управления сбытом товаров и услуг на основании выделенных особенностей поведения потребителей и знания структур рынков и конкурентной среды отрасли

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Умение проводить анализ рынка с целью достижения конкурентоспособности	ПК-9.3	на уровне знаний - об основных методах и инструментах управления операционной деятельностью организации; - о функционировании сбытовых подразделений организации и методах управления ими.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы.

Объем дисциплины

Учебным планом для дисциплины ФТД.В.02 «Управление сбытом» установлено:

- трудоемкость дисциплины– 1 з.е.,
- контактная работа с преподавателем – 24 часа, в том числе 12 часов – лекции, 12 часов – практические занятия;
- самостоятельная работа – 12 часов.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина ФТД.В.02 «Управление сбытом» является факультативной и предлагается к освоению в 6 семестре.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

(очная форма обучения)

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточ-ной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Вводная часть, основные понятия курса	1	1				0	
Тема 2	Место сбытового подразделения в структуре бизнес-единицы, типы и характер функциональных связей между структурными подразделениями	3	1		1		1	
Тема 3	Определение основных контрагентов сбытового подразделения, характеристика методов взаимодействия с ними в контексте существующей в стране практики	3	1		1		1	Обсуждение примеров из практики
Тема 4	Характеристика основных задач, стоящих перед сбытовым подразделением, методы их выполнения	5	1		2		2	Обсуждение примеров из практики
Тема 5	Существующие принципы внутренней организации сбытового подразделения. Определение основных рабочих процессов, методика управления ими.	6	2		2		2	Обсуждение примеров из практики
Тема 6	Применимость методов групповой работы при организации функционирования сбытового подразделения. Существующие принципы формирования мотивации сотрудников. Методы эффективного подбора персонала.	6	2		2		2	Обсуждение примеров из практики
Тема 7	Маркетинг в сбытовом подразделении, структуральный и процессуальный подходы.	6	2		2		2	кейс
Тема 8	Планирование работы сбытового подразделения. Оценка эффективности его работы.	6	2		2		2	Обсуждение примеров из практики
Промежуточная аттестация								**зачет**

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточ-ной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
	Всего:	**36**	**12**		**12**		**12**	

Содержание дисциплины

Тема 1. Вводная часть, основные понятия курса

Дихотомия «Сбыт – Продажи». Определение ситуаций, когда необходим сбыт и ситуаций, когда происходят продажи. Принципиальная разница между этими двумя типами ситуаций. Построение понятия «сбыт», ввод необходимых дополнительных терминов и восстановление контекста современной практики сбыта в стране.

Тема 2. Место сбытового подразделения в структуре бизнес-единицы, типы и характер функциональных связей между структурными подразделениями

Понятие структурной схемы и функциональных блоков, построение структурной схемы современной бизнес-единицы, действующей в производстве. Определение места сбытового подразделения в структуре бизнес-единицы, определение основных функциональных связей между блоками. Выделение основных деятельностных позиций, в рамках структурной схемы, описание их функциональных обязанностей и особенностей взаимодействия.

Тема 3. Определение основных контрагентов сбытового подразделения, характеристика методов взаимодействия с ними в контексте существующей в стране практики

Описание внешнего по отношению к бизнес-единице пространства. Основные типы существующих контрагентов, их различие и схожесть между собой, основные принципы взаимодействия сбытового подразделения с внешними контрагентами. Анализ существующей на сегодняшний день практики такого взаимодействия.

Тема 4. Характеристика основных задач, стоящих перед сбытовым подразделением, методы их выполнения

Определение функциональных задач сбытового подразделения исходя из его места в структуре бизнес-единицы. Корректировка стоящих задач исходя из практики взаимодействия с внешними контрагентами. Влияние внешней среды на выполнение сбытовым подразделением поставленных задач.

Тема 5. Существующие принципы внутренней организации сбытового подразделения. Определение основных рабочих процессов, методика управления ими.

Определение зависимости между составом контрагентов и внутренней организацией сбытового подразделения. Выделение основных типов внутренней организации. Методика разработки организационных схем. Оценка их эффективности. Определение основных рабочих процессов относительно стоящих перед сбытовым подразделением задач. Как можно наиболее эффективно управлять этими процессами, формирование принципов и методов.

Тема 6. Применимость методов групповой работы при организации функционирования сбытового подразделения. Существующие принципы формирования мотивации сотрудников. Методы эффективного подбора персонала.

Анализ позитивных и негативных качеств групповой работы в контексте реально действующего сбытового подразделения на примерах из реальной практики. Мотивация сотрудников, как один из наиболее эффективных механизмов управления ими. Проблемы, существующие при наборе персонала, способы их преодоления.

Практикум: *«Формирование эффективной системы мотивации».* ***Семинар:*** *«Как отобрать нужных сотрудников?»*

Тема 7. Маркетинг в сбытовом подразделении, структуральный и процессуальный подходы.

Место маркетинга в структуре бизнес-единицы. Маркетинг и сбыт: взаимное влияние и возникающие проблемы. Объективный и субъективный характер возникающих конфликтов между маркетологами и сбытовиками. Способы преодоления конфликтов. Каким образом должен быть встроен маркетинг в работу сбытового подразделения, чтобы был обеспечен максимальный эффект для сбыта.

Тема 8. Планирование работы сбытового подразделения. Оценка эффективности его работы.

Противоречия, возникающие при организации планирования работы сбытового подразделения, вызванные с одной стороны стихийной внешней средой и требованиями производства. Какие показатели можно положить в основу планирования и методы их расчета. Оценка эффективности работы сбытового подразделения исходя из выполнения поставленных перед ним задач. Другие методы оценки эффективности работы сбытового подразделения.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации

4.1.1 В ходе реализации дисциплины ФТД.В.02 Управление сбытом текущий контроль проводится в форме разбора предложенных преподавателем примеров из практики.

4.1.2. Зачет проводится в форме теста.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Текущий контроль проводится в форме обсуждения примеров из практики, разбора кейсов.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-9	Способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических	ПК-9.3	Формирование способности анализировать поведение потребителей и оказывать влияние на общественное мнение целевых аудиторий. Изучение механизмов удовлетворения спроса путем управления сбытом товаров и услуг на основании выделенных особенностей поведения потребителей и знания структур рынков и конкурентной среды отрасли

	основ поведения организаций, структур рынков и конкурентно среды отрасли		

4.3.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерии оценивания
ПК-9.3	Способен охарактеризовать механизмы удовлетворения спроса путем управления сбытом товаров и услуг на основании выделенных особенностей поведения потребителей, знания структур рынков и конкурентной среды отрасли	- Может назвать различия между «управлением сбытом» и «управлением продажами» - Может определить место и роль сбытового подразделения в структуре компании - Знает функции и задачи сбытового подразделения - Может назвать основных контрагентов и оптимальные методы взаимодействия с ними - Знает понятие «сбытовой канал», может определить его основные параметры - Может назвать основные методы эффективного стимулирования сбыта - Может назвать методы эффективного планирования сбытовой деятельности

4.3.3 Типовые контрольные задания или иные материалы (типовые оценочные материалы), необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Пример зачетного тестового задания

1. Сбытовая деятельность характерна для:
А) розничных магазинов,
Б) крупных оптовых компаний
В) производителей товаров и услуг
Г) образовательных учреждений

2. Главная задача сбытового подразделения любого предприятия:
А) продавать с максимальной для рынка наценкой
Б) продавать весь объем производимой продукции
В) не допускать остановки производства из-за затоваривания выпушенной продукцией
Г) разрабатывать ассортимент и ценовую политику

3. Сбытовое подразделение осуществляет свою деятельность на основе:
А) распоряжений финансовой дирекции
Б) плана продаж и сбытовой политики предприятия
В) показателя максимального объема производства
Г) бюджета региона дислокации предприятия

4. Основные методы расширения сбыта – это:
А) увеличение объема производства
Б) расширение ассортимента
В) увеличение производства самых продаваемых позиций
Г) снижение цен на выпускаемый товар / услугу

5. Особенности сбыта услуг по сравнению со сбытом товаров:
А) не очевидна ценность услуги по сравнению с ценностью материального товара
Б) требуется более высокая лояльность покупателей
В) требуются большие вложения в рекламу и продвижение
Г) необходимы продажники более высокого класса

Шкала оценивания

Оценка за выполнение теста (баллы) соответствует проценту правильных ответов (из 100%) и переводится в традиционную систему оценивания следующим образом:

55-100 % (баллов)	зачтено
54 и менее % (баллов)	Не зачтено

4.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет проводится в письменной форме. На выполнение задания отводится два академических часа.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1 Основная литература

1. Ф.Котлер, К.Л.Келлер, «Маркетинг-менеджмент», 12-е издание, издательство «Питер»

6.2 Дополнительная литература

2. П.Дойль, Ф.Штерн, «Маркетинг менеджер и стратегии», 4 издание, издательство «Питер»

6.3 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Не используется

6.4 Нормативные правовые документы

Не используются

6.5 Интернет-ресурсы

www.selling.ru – деловой журнал «Управление сбытом»

6.6 Иные источники

1. Р.Бэст, «Маркетинг от потребителя», издательство «Манн, Иванов, Фербер»
2. Баркан Д.И. Управление сбытом : Учеб. пособие, Издательство СПбГУ, 2004
3. Коттер Дж. Наш айсберг тает, или Как добиться результата в условиях изменений: Пер. с англ. – М.: Эксмо, 2008. – 128 с.
4. Рекхэм Н., Винсентис Дж. Де. PRОДАЖИ. Новое мышление.: Пер. с англ. – М.: Претекст, 2007. – 330 с.

5. Дорощук, Н.Б., Кулеша, В.В. Дистрибуция на практике. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 240 с.
6. Трусов Г. Сами придут, сами купят. Москва: ЭКСМО 2007. – 256 с.
7. Прохоров А.П. Русская модель управления. – М.: Эксмо, 2007. – 384 с.
8. Пригожин А.И. Дезорганизация: Причины, виды, преодоление. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. - 402 с.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Для проведения занятий используется аудитория достаточной вместимости, оборудованная ноутбуком (пакет офисных приложений MS Office), мультимедийным проектор, колонками, флип-чартом.